

Documentalistas de prensa, ¿cuál es vuestro oficio?

Por **María Rubio-Lacoba**

Resumen: A raíz de la digitalización de los archivos de prensa, y agravados por la crisis financiera, empresarial y periodística actual, los servicios de documentación de los cybermedios ven cuestionada su razón de ser. Pese a ello, los documentalistas tratan de combinar sus tareas tradicionales con nuevas habilidades, para que su trabajo siga considerándose un paso necesario y natural del periodismo de calidad.

Palabras clave: Cybermedios, Prensa digital, Servicios de documentación, Archivos de prensa, Documentalistas de prensa, Roles.

Abstract: Due to both the digitization of press archives and the current financial, economic and journalistic recession, news libraries in online journalism need to re-invent themselves. While performing their traditional tasks, news librarians are developing new skills so that their activity will continue to be considered a necessary and natural component of quality journalism.

Title: News librarians: what is your profession?

Keywords: Online journalism, Online media, News libraries, Press archives, Media archives, News librarians, Roles.

Rubio-Lacoba, María. "Documentalistas de prensa, ¿cuál es vuestro oficio?". *El profesional de la información*, 2010, noviembre-diciembre, v. 19, n. 6, pp. 645-651.

DOI: 10.3145/epi.2010.nov.11



María Rubio-Lacoba es profesora de documentación informativa y periodismo digital en la Facultad de Comunicación de la Universidad Pontificia de Salamanca. Es doctora en ciencias de la información y coordina las jornadas de documentación en los medios de comunicación que anualmente organiza la UPSA. Le interesan las sinergias entre la documentación y el periodismo digital, así como la presencia de la documentación en cualquiera de los quehaceres informativos.

1. Introducción

HACE UN AÑO en esta misma publicación, **Nora Paul (2009)**, una de las pensadoras más sensatas, lúcidas y movilizadoras que escriben sobre periodismo y documentación, no pudo menos que entonar una elegía por la documentación en prensa. Y si desde Norteamérica se recurría a la métrica funeraria, era cuestión de tiempo que nuestros medios comenzaran a mirar con preocupación el historial del enfermo.

Parece increíble pero los departamentos de documentación informativa añoran los ahora contemplados como buenos tiempos en los que dejaron de incorporarse nuevos profesionales, y ponen a remojar sus barbas al tener noticia

de recursos que se externalizan, menguan al límite o directamente se suprimen.

La triple crisis (financiera, empresarial y periodística) está acorralando a los servicios de documentación, que ven cómo sus plantillas se esquilman, sus recursos se congelan, e incluso su razón de ser es cuestionada.

Digitalizado el archivo y contando con internet como oráculo documental, ¿para qué seguir gastando en un departamento cuyas tareas han sido absorbidas por informáticos y periodistas? Pareciera como si *El dorado* de la accesibilidad fácil, rápida y sin límite que ofrece *Google* hubiera desplazado de un plumazo los criterios de selección (ordenada, autorizada y jerarquizada) que avalaban tradicionalmente

el trabajo de los servicios de documentación (**Carlson, 2007**).

“La crisis está acorralando a los servicios de documentación, que ven cómo sus plantillas se esquilman, sus recursos se congelan, y su razón de ser es cuestionada”

En paralelo, la indefinición de la unidad del negocio cyberperiodístico afectaría a su servicio de documentación... si acaso lo tuviera. La norma suele decir que los departamentos de documentación y sus profesionales han de adaptarse

al contexto mediático que los aco-ge, a las características singulares del contenido que elaboran y a las rutinas de los usuarios con los que cooperan.

Es fácil entender que un centro de documentación no puede ser eficiente cuando tiene que simultanear peticiones procedentes de un medio de dos dimensiones (papel) con peticiones de medios de tres (el periodismo digital suma al ancho y al largo el profundo, una dimensión por cierto altamente documental). Sin embargo son excepcionales los casos de cibermedios que cuentan con un recurso documental específico y adaptado a las necesidades de los periodistas digitales, y se opta por la decisión salomónica de sacar de un solo documentalista especializado dos multidisciplinares: a ratos para el papel, a ratos para el digital, aun a riesgo de que la calidad de su trabajo se vea inevitablemente mermada.

Con todo, los documentalistas no están dispuestos a escribir nuevos versos de aquella elegía ni a avanzar en su necrológica por anticipado. Muy al contrario, se disponen a contribuir con su tesón, su bagaje y su renuencia, al quehacer del periodismo digital, tratando además de mantener el equilibrio dentro del siempre movedizo ecosistema informativo.

Repasemos algunas evidencias que nos invitan a mantener la esperanza:

2. Aprovechamiento de las colecciones digitalizadas

La digitalización de los fondos de prensa ha sido una de las primeras acciones de los medios online destinadas a preservar y facilitar el acceso a archivos, en algunos casos centenarios. La gran mayoría de los diarios digitales ha coincidido en alojar sus hemerotecas en lugares privilegiados, muy próximos a la mancha, otorgando al archivo una notoriedad poco habitual (Guallar; Abadal, 2009).

La presencia del archivo en la edición digital puede entenderse como un movimiento estratégico por beneficiarse del valor de marca, como el sello de calidad que avala a la joven publicación digital. Teniendo en cuenta las necesidades de académicos, investigadores o lectores inquietos, el archivo digital permite una cómoda y gratísima consulta hemerográfica, impensable hasta hace bien poco, aunque sólo fuera por meras limitaciones geográficas. Bien es verdad que cada cibermedio ha asumido la digitalización en función de los recursos económicos invertidos, arrojando en general resultados positivos, aun cuando todavía hay mucho ámbito de mejora, sobre todo en lo concerniente a la reutilización de estrategias de búsqueda o la agrupación de resultados por categorías (Guallar; Abadal, 2009).

“La digitalización facilita la reactivación del uso de archivos centenarios”

Tampoco ha fraguado un criterio estable sobre la mejor manera de rentabilizar el archivo, y así se ha oscilado del gratis total a la clausura total, pasando por el acceso gratuito a ciertas informaciones y el pago por otras. Lo que sí es cierto es que el archivo ha de aprovechar esta reinención “para ofrecer servicios nuevos, para generar expectativas de búsqueda, creando el hábito en el lector, permitiéndole la culminación de una experiencia satisfactoria de búsqueda dentro del archivo, desprovista de cualquier sensación de dificultad que espante al usuario” (Rubio-Lacoba; Blanco-García, 2010).

La digitalización también ha servido para que los medios se conozcan mejor, puesto que muchos han desenterrado verdaderos tesos

documentales de los que no tenían noticia, a la espera de que se les prestara la atención que merecían. Fue el caso de la agencia EFE, cuando rescató las auténticas imágenes de la visita de Hitler a Franco en Hendaya, bastante alejadas de aquellas otras que sufrieron la censura para que pudieran ser publicadas. O de la revista *Life*, cuya digitalización mostró fotografías inéditas de Marilyn Monroe o The Beatles, por citar algunos ejemplos.

Además de las indudables ventajas de conservación, custodia y reducción de espacio, la digitalización también facilita la reactivación del uso de archivos centenarios, pues ya no se encuentran enclaustrados sino conectados a los sistemas de edición de los periodistas: una sutil invitación para combatir la tiranía de la inmediatez informativa con la toma de distancia desde el pasado, para ver, comprender y contar mejor el presente.

A los documentalistas les corresponde “vender” a los periodistas las ventajas de insertar el archivo en sus piezas informativas. No en vano la narrativa digital es hipertextual además de interactiva y multimedia, y la inclusión de enlaces al archivo entronca directamente con los criterios cada vez más consensuados por elaborar piezas informativas breves y a la vez poliédricas y con diferentes niveles de profundidad (Díaz-Noci; Salaverría, 2003). Una noticia digital será mejor noticia si, además de mirar al inmediato *qué*, abre el enfoque para recordar *cuándo* sucedió algo similar, y *con qué fin*.

3. Presencia en la web 2.0

Puede que emulando el mismo modelo que siguieron los medios de comunicación ante la llegada de internet, basado en la estrategia de la no estrategia, que les llevó intuitivamente a estar en la Red para no perder el tren, los servicios de documentación están abriéndose a las

Register for free at <https://www.scipedia.com> to download the version without the watermark



Figura 1. Fotografías inéditas rescatadas del archivo de Life.com tras su digitalización.

Register for free at <https://www.scipedia.com> to download the version without the watermark

formas de la web 2.0, no sabemos si por una cuestión meditada o por no quedarse en el andén.

Son numerosos los medios que han descubierto cómo muchos de sus usuarios les llegan desde las distintas redes sociales. Son usuarios jóvenes que en general no forman parte del colectivo que se toma su tiempo diario para leer el periódico, impreso o digital.

En este sentido, y como parte integrada en el proceso de producción informativa, Documentación también está empleando los instrumentos de la web social para acercar y hacer visibles sus contenidos a públicos en general poco refractarios a los mensajes documentales. Es el caso de la hemeroteca de *La Vanguardia*, que mediante su blog

“Una noticia digital será mejor si además de mirar al inmediato *qué*, abre el enfoque para recordar *cuándo* sucedió algo similar, y *con qué fin*”

y su perfil en *Twitter* y *Facebook*, difunde las efemérides del día, rescatando del archivo historias y personajes del pasado para hacerlos revivir en un nuevo entorno tecnológico.

<http://www.lavanguardia.es/hemeroteca>

Este encuentro azaroso con la información puede resultar un des-

cubrimiento para jóvenes usuarios, una manera de fidelizar nuevos lectores, y un escaparate para el tradicionalmente discreto trabajo de los servicios de documentación.

En otros casos los mismos periódicos han creado su propia red social, como una vía rápida para que los reporteros puedan informar ágilmente de las noticias de última hora, incluso desde el lugar de los hechos; y para que los lectores puedan opinar, emitir contenidos y todos juntos crear comunidad. Es el caso de *Eskup*, herramienta diseñada íntegramente por *El país* “donde lo importante es el mensaje informativo y que pretende llevar los valores periodísticos a esos nuevos entornos en los que cada vez pasan más tiempo los lectores” (*El país*, 2010). Nuevamente el centro de documentación encuentra un lugar donde multiplicar las posibilidades de hacer visible su trabajo. Así, mediante *Eskup* se encarga de enriquecer documentalmente las informaciones, aportando cronologías, biografías o cualquier producto que contribuya a poner en perspectiva la información, por más de última

<http://eskup.elpais.com/index.html>
<http://eskup.elpais.com/documentacionelpais>

La documentación, como ingrediente básico para cualquier dieta informativa equilibrada, se integra perfectamente en los blogs periodísticos, impulsados por profesionales que desean contar otras historias que no encuentran cabida en los medios tradicionales. La oportunidad para pensar, recopilar, entender y construir una historia sin la presión del cierre, sin el corsé del espacio, sin la limitación del formato único, puede ser la tabla de salvación del periodismo digital, a la que también se agarra la documentación. De hecho, cada vez que aparece un nuevo blog periodístico de calidad, los lectores se felicitan por encontrar información balancea-



Figura 2. Blog de la hemeroteca de La vanguardia.es accesible en Facebook, donde publican efemérides, cronologías y otras piezas documentales

lacionismo y participe, aunque aún no lidere, en los procesos informativos y documentales del ecosistema 2.0.

“Para coordinar la presencia en la web social, algunos medios han creado la figura del gestor de medios sociales”

4. Visibilidad del trabajo documental

El periodista (y el reportero gráfico, el articulista, el infografista) comienza cualquiera de sus trabajos pensando qué información necesita para a continuación localizarla por sí mismo o con la guía del documentalista, y acabar contándola de la manera más honesta posible. Sin embargo, el resultado final, aun cuando haya sido fruto de un trabajo cooperativo, sólo aparece atribuido al informador, disolviéndose el tiempo y la dedicación cualificada del documentalista. Éste es un procedimiento habitual y mutuamente aceptado.

da y sosegada frente al colapso de informaciones centella, que llegan tan fugaces como se van, sin dejar la más leve huella.

Para coordinar la presencia en la web social, algunos medios (*New York times*, *El país*, por citar algunos casos recientes) han creado la figura del gestor de medios sociales, un profesional encargado de la selección y el análisis de la información generada por el medio, de su difusión multicanal, del acceso a un mayor número de fuentes, así como de la dinamización de lectores y usuarios. A priori y dado el perfil esbozado, se trata de una actividad que bien podría asumir un documentalista. No ha sido así sin embargo en los casos citados.

Podríamos concluir pues que las redes sociales suponen una

oportunidad para que la Documentación salga de su tradicional ais-



Figura 3. Información de Documentación El país en Eskup



Figura 4. Pieza documental firmada por el servicio de documentación de El país

Sin embargo hay ocasiones en que el documentalista es artífice de productos informativo-documentales de cuya autoría es plenamente responsable. Es el caso de cronologías, perfiles, obituarios y efemérides, por citar algunos ejemplos. No en vano, junto a su fundamento documental y sus destrezas tecnológicas, el documentalista digital también muestra un perfil periodístico reflejado en la elaboración de este tipo de piezas (Rubio-Lacoba, 2007) que confieren un inestimable valor añadido a la información a la cual acompañan y arropan, más aún al tratarse de escuetas y apresuradas noticias de última hora.

La firma de estas aportaciones pone luz a una tarea habitualmente invisible, se reubica al mismo nivel que el resto de trabajos informativos, y enseña a los lectores a reconocer en él un sello de calidad de su medio de comunicación.

Ahora bien, las piezas biográficas, geográficas o temáticas son de indiscutible valor siempre y cuando

estén convenientemente actualizadas: la revisión de la actualización de las imágenes y de la vigencia de los datos es una tarea documental clásica que se reactiva en el periodismo digital, por cuanto está sujeto a unos tiempos vertiginosos de trabajo, caracterizados por la inmediatez informativa. Los servicios de documentación han de velar por la vigencia de sus piezas documentales.

“El documentalista digital muestra un perfil periodístico en la elaboración de piezas como cronologías, perfiles, obituarios y efemérides”

5. Gestión de las fuentes personales

Entre las numerosas ventajas que internet ofrece al periodismo se encuentra el crecimiento y la

diversificación de las fuentes de información, semillero de consulta por el que transita el periodista en la recolección de datos fácticos, antecedentes, paralelismos o sencillamente inspiración. Mientras que el crecimiento de fuentes se muestra evidente, su diversificación merece un momento de atención.

Hasta la aparición de internet las fuentes eran accesibles bien en papel o consultando a las personas que por formación, trayectoria profesional, o pura casualidad (testigos de acontecimientos), aportaban valor a la información (Hansen; Paul, 2004). Con la generalización de internet, el documento registrado en papel ha migrado al soporte digital con gran sencillez, amplificando sus posibilidades de consulta, facilitando su accesibilidad, y asegurando la preservación del patrimonio de los medios.

Las personas son depositarias de un archivo vital exclusivo, porque no es equiparable con otro tipo de fuentes, y efímero, pues cuenta con fecha de caducidad. Los recuerdos de supervivientes en campos de exterminio, las vivencias de testigos de desastres ecológicos, el valor del instante preciso y cotidiano de la fotografía familiar... Toda esta memoria personal, que aporta color, frescura y matiza la información, puede canalizarse en internet y ser gestionada por Documentación, porque son numerosas las oportunidades informativas (efemérides, conmemoraciones...) en las que la documentación más valiosa se encuentra no sólo en los archivos impresos o audiovisuales, sino en el recuerdo íntimo y personal.

En este sentido, y a raíz del 30 aniversario de uno de los movimientos migratorios más multitudinarios entre Cuba y Norteamérica, *Miami Herald* decidió confeccionar una base de datos a partir de registros oficiales, en la que invitaba a testigos y familiares a que aportaran sus recuerdos sobre aquel masivo des-

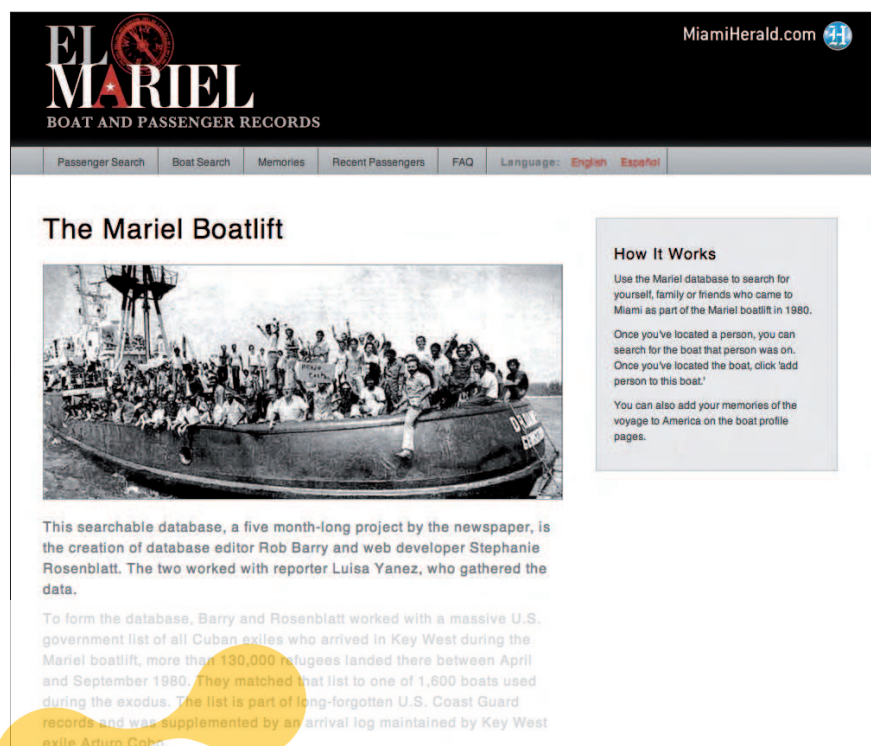


Figura 5. Base de datos de Miami Herald a partir de documentos y aportaciones personales

“Hay que facilitar el paso del modelo de lector participativo al lector productivo, que aporta información y memoria”

documental que pueden compartir y que refuerza su empatía con el medio.

Se trata en suma de facilitar el paso del modelo de lector participativo, que vota noticias, interviene en entrevistas digitales, contesta encuestas o vierte opiniones más o menos catárticas, a lector productivo (Larrondo, 2008), que aporta información y memoria.

6. La documentación que queremos

Si con plantillas diezmadas todo esto se está ya haciendo: ¿cuánto daría de sí un servicio de documentación con el equipo completo? Los departamentos de documentación necesitan unos recursos humanos suficientes para poder acometer las oportunidades que les brinda el nuevo ecosistema digital. La gestión del archivo es uno de los elementos destacados (y menos explotados) para optimizar los cybermedios (Niles, 2010). Si empresarialmente no hay un apoyo explícito y convenido a este recurso, de poco sirve enunciar la documentación que queremos.

Logrado un mínimo respaldo empresarial, los documentalistas habrán de devolver la confianza reinventando sus misiones; y bien es verdad que en ocasiones las migraciones tecnológicas son más asumibles que la modificación de las calificadas rutinas profesionales.

Con todo, esa redefinición pasa, como se ha expuesto anteriormente, por atender a las fuentes personales, depositarias de información valiosísima, gestionable desde internet. Los documentalistas han de explotar el valor de estas fuentes (testimonios, experiencias, recuerdos) y promover apoyos documentales para informaciones en donde destaque el valor humano. No se trata “de ganar lectores para el archivo; se trata sobre todo de ganar lectores para el periódico, alentando la figura del lector documentado, una persona que está bien informada porque maneja documentación solvente y es capaz de relacionar y poner en perspectiva diversos hechos, acontecimientos y circunstancias” (Rubio-Lacoba; Blanco-García, 2010).

Los documentalistas han de asesorar a los periodistas en búsquedas con criterio documental, donde lo relevante no sea buscar sino encontrar (Rubio-Lacoba; Blanco-García, 2010), que les permita desenvolverse en el diluvio informativo de la Red, su ecosistema natural de trabajo. Y es que aunque resulte paradójico, la mayor autonomía de los periodistas y su mayor control de la producción informativa no ha redundado en la mejora de la calidad informativa (Micó-Sanz; Masip; García-Avilés, 2009). Dicho asesoramiento (mediante tutoriales, cursos de formación, guías de recursos) busca en último término recuperar la confianza ganada a pulso antes de la aparición de los buscadores automatizados.

Los documentalistas han de ser los primeros en defender su producto, haciendo una campaña de mar-

Register for free at <https://www.scipedia.com> to download the version without the watermark

embarco en las costas de Florida. El resultado es un emotivo trabajo periodístico y documental.

<http://www.miamiherald.com/cgi-bin/mariel/index>

Estableciendo unos prudentes criterios de selección (sobre todo en el caso de las fuentes informales, que fácilmente pueden pasar de lo ilustrativo a lo irrelevante), la invitación a que los lectores recuerden los acontecimientos ofrece resultados altamente beneficiosos. Para los documentalistas, que explotan una veta documental de enorme riqueza; para el cybermedio, que integra a sus lectores, no ya como meros receptores sino como generadores de contenidos; y para los usuarios, en especial para los senior, que encuentran en sus recuerdos un valor

keting más agresiva (Paul, 1997), y abriendo cuantas esclusas sean necesarias para inundar documentalmente la información, allá donde esté: periódicos, revistas, blogs, web social, apps, móviles, tabletas... y lo que venga.

“Los documentalistas han de asesorar a los periodistas en búsquedas con criterio documental, donde lo relevante no sea buscar sino encontrar”

7. Conclusiones

Puede parecer que ante reamos tales como “Análisis express”, “Última hora”, “En directo”, el aporte documental en el periodismo digital tenga la batalla perdida. Quizá los mismos medios estén tirando piedras contra su propio tejado al fomentar un periodismo *fast food*, de emergencias, exclamaciones y alarmas, pero en el que te sumerges y descubres que la información sólo te llega a los tobillos. Hasta que el propio periodismo digital no se da cuenta que tiene que hacer Periodismo con todos sus ingredientes, entre ellos Documentación, a ésta no le quedará más que aguantar el tirón y tratar de no naufragar.

Porque seamos francos: ¿es realmente necesario un documentalista en la redacción de la era Google? Creemos que sí, porque si ha habido un momento en que el papel del documentalista resultara crucial, es el actual. Por distintos motivos: los periodistas, si bien es cierto que han desarrollado ciertas habilidades documentales, cuentan con dos limitaciones: el tiempo y la formación (Rubio-Lacoba, 2007). La redacción digital se encuentra sometida a un cierre continuo, y la portada ha de ser periódicamente refrescada para trasladar la sensación de actualización constante de contenidos,

a riesgo de que dichos contenidos estén incompletos, mediocrementemente editados o sean directamente falsos. Por otro lado, el periodista hace búsquedas intuitivas y sencillas, que se mueven más por la superficie de la Web que por sus profundidades, donde se encuentran las informaciones más valiosas. Por tanto, ante el trabajo revolucionado y mecánico del periodista, el documentalista puede ofrecer su tiempo, dedicación y preparación específica.

“¿Es realmente necesario un documentalista en la redacción de la era Google? Creemos que sí”

Acompasándose al ritmo que marca la redacción digital, el documentalista puede tener preparado material documental con información de última hora; confeccionar y firmar productos documentales para especiales informativos; aprovechar la potencia de la web 2.0 para canalizar el archivo; y poner en valor las fuentes personales como complemento a las oficiales y periodísticas.

Los empresarios de la comunicación insisten en que de la crisis saldrán reforzados aquellos medios que mejor periodismo hagan, que trasciendan la agenda política y ofrezcan informaciones verdaderas, completas e interesantes, en unos tiempos complejos y confusos. Si esto es así, si “el valor de una información se avala por el valor de la documentación” (Nieto, 1994), entonces el documentalista de prensa debe reivindicar su oficio más que nunca, trabajar con el periodista y, cómplices, hacer cada uno lo que mejor sabe hacer.

8. Bibliografía

Carlson, Matt. “Order versus access: news search engines and the challenge to traditional

journalistic roles”. *Media, culture and society*, 2007, v. 29, n. 6, pp. 1014-1030.

Díaz-Noci, Javier; Salaverría, Ramón (eds.). *Manual de redacción ciberperiodística*. Ariel: Barcelona, 2003. ISBN 8434412977.

El país. “Nace Eskup, una red social de información”. *El país*, 20 junio 2010, pp. 68-69.

Guallar, Javier; Abadal, Ernest. “Evaluación de hemerotecas de prensa digital: indicadores y ejemplos de buenas prácticas”. *El profesional de la información*, 2009, mayo-junio, v. 18, n. 3, pp. 255-269.
http://eprints.rclis.org/16899/1/epi09_guallar-abadal_evaluacion_hemerotecas.pdf

Hansen, Kathleen; Paul, Nora. *Behind the message. Information strategies for communicators*. Allyn and Bacon: Madrid, 2004. ISBN 0205386806.

Larrondo, Ainara. *Los géneros en la redacción ciberperiodística. Contexto, teoría y práctica actual*. Servicio Editorial Universidad del País Vasco: Bilbao, 2009. ISBN 9788498601763.

Micó-Sanz, Josep-Lluís; Masip, Pere; García-Avilés, José-Alberto. “Periodistas que ejercen de documentalistas (¿y viceversa?). Nuevas relaciones entre la redacción y el archivo tras la digitalización de los medios”. *El profesional de la información*, 2009, mar.-abr., v. 18, n. 3, pp. 284-290.

Nieto, Alfonso. “Prólogo”. En: Galdón-López, Gabriel. *Perfil histórico de la documentación en la prensa de información general 1845-1984*. Etnsa: Pamplona, 1994, pp. 11-13. ISBN 9788431309220.

Niles, Robert. “The 4 parts of an optimized online news site”. *The online journalism review*, 2010.
<http://www.ojr.org/ojr/people/robert/201005/1847/>

Paul, Nora. “Elegía del centro de documentación de prensa”. *El profesional de la información*, 2009, mayo-junio, v. 18, n. 3, pp. 249-254.

Paul, Nora. “News libraries: forging a professional relationship with newsroom”. *Poynter institute online*, 1997.
http://www.poynter.org/content/content_view.asp?id=5690&sid=26

Rubio-Lacoba, María. *Documentación informativa en el periodismo digital*. Síntesis: Madrid, 2007. ISBN 9788497564595.

Rubio-Lacoba, María; Blanco-García, Juan-Carlos. “Mejor que un buscador, un encontrador”. *Documentación de las ciencias de la información*, 2010, v. 33, pp. 273-287.
<http://revistas.ucm.es/inf/02104210/articulos/DCIN1010110273A.PDF>

María Rubio-Lacoba. Universidad Pontificia de Salamanca, Facultad de Comunicación. C/ Henry Collet, 90-98. 37007 Salamanca.
mrubiola@upsa.es